

ABSTRAK

Pada era globalisasi ditengah pandemik Covid-19 teknologi berkembang begitu pesat sehingga membuat perubahan dan pergeseran konfigurasi dalam pemanfaatan dan penggunaan internet. Konten di media sosial sangat berpengaruh terhadap sistem penjualan *online*. Salah satu media sosial yang sedang meningkat jumlah pengguna yaitu Tiktok. Selain itu tiktok juga menjadi salah satu tempat untuk berjualan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konten sosial media TikTok berpengaruh keputusan pembelian Galleraj.

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Dari hasil penelitian konten sosial media menunjukkan bahwa secara keseluruhan konten dinilai sangat baik karena mendapatkan presentase sebesar “87%” dan pengaruh terhadap keputusan pembelian dinilai baik karena mendapatkan presentase sebesar “84,88%”.

Kata Kunci: Konten Sosial Media, Keputusan Pembelian, Tiktok, Galleraj.id